

## Agenda

### Vorwort

#### 1. Aufbau und Ziele der Studie

#### 2. Ergebnisse der Studie

2.1 *Wie verbreitet sind mobile Devices bereits im Vertrieb?*

2.2 *Welche Plattformen werden genutzt?*

2.3 *Welche Lösungen – Software oder Apps – werden auf mobilen Devices eingesetzt bzw. mit diesen verknüpft?*

2.4 *Welche Lösungen zur Vertriebsunterstützung sind besonders gefragt?*

2.4.1 *Termine und Kontakte bequem verwalten*

2.4.2 *Produkte und Dienstleistungen attraktiv präsentieren*

2.4.3 *Professionelle Kundenberatung*

2.4.4 *Weitere Szenarien zum gewinnbringenden Einsatz mobiler Devices*

#### 3. Fazit und Ausblick

# Mobile Devices im Vertrieb

## Vorwort

„Wofür braucht man denn so was?“ war eine der am häufigsten gestellten skeptischen Fragen bei der Einführung des iPad vor nunmehr zwei Jahren. Und einmal mehr strafte der kürzlich verstorbene Visionär Steve Jobs seinen Kritikern Lügen: Das iPad hat nicht nur einen Markt erobert, es hat ihn neu geschaffen.

Eigentlich war dieser Tablet Computer primär als Gerät für den Privat-Gebrauch konzipiert, aber sehr rasch erkannten auch professionelle Anwender, welche große Vorteile sich damit in der täglichen Arbeit erreichen lassen.

Vor allem Vertriebs-Organisationen haben die Vorteile von Tablets wie dem iPad sehr schnell erkannt:

- Einfache Bedienung
- Leicht zu transportieren
- Sofort betriebsbereit
- Schick und professionell

In der vorliegenden Studie hat rabbit mobile systematisch untersucht, welche Fragen sich in diesem Zusammenhang heute Verantwortliche im Vertrieb stellen, die ihre Organisationen optimal auf die Zukunft vorbereiten möchten. Ich danke den zahlreichen Interview-Partnern, die sich für Fachgespräche mit unseren Experten die Zeit genommen haben, für ihren wertvollen Input.

Ganz sicher ist eines: Der Vertrieb der Zukunft wird sich auch aus technischer Sicht ändern. Multimediale Unterstützung, verbesserte Software, einfachere Bedienung und stärkeres persönliches Involvement der Vertriebsmitarbeiter sind dabei wichtige Stichworte. Technologie soll nicht hemmen und behindern, sondern dem Vertriebsmitarbeiter die Freiheit geben, sich auf das zu konzentrieren, was er am besten kann: Erläutern, überzeugen, Entscheidungsprozesse vorantreiben und einen Geschäfts-Abschluss vorbereiten und durchführen. Die Tablet-Geräte, die jetzt auf dem Markt sind, bieten dafür optimale Voraussetzungen.

Unser Team und ich persönlich wünschen Ihnen bei der Lektüre viel Spaß und erhellende Einsichten!  
Ihr



**Uwe-Michael Sinn**  
Geschäftsführer

fon: +49 69 - 86 00 428-00  
fax: +49 69 - 86 00 428-09  
info@rabbit-emarketing.de



# Mobile Devices im Vertrieb

## 1. Aufbau und Ziele der Studie

Die Studie „Mobile Lösungen für Vertriebe und Außendienste“ wurde von rabbit mobile von Oktober bis Dezember 2011 durchgeführt. Im Rahmen der Studie wurden ca. 200 Teilnehmer online befragt. Dabei handelte es sich um Vertriebsleiter sowie Vertriebs- und Außendienstmitarbeiter mittelständischer Unternehmen und großer Konzerne. Ziele der Studie waren, die aktuelle Nutzung mobiler Endgeräte zur Vertriebsunterstützung zu erheben und auszuloten, welche mobile Devices und Anwendungen perspektivisch eingesetzt und von Nutzern gewünscht werden.

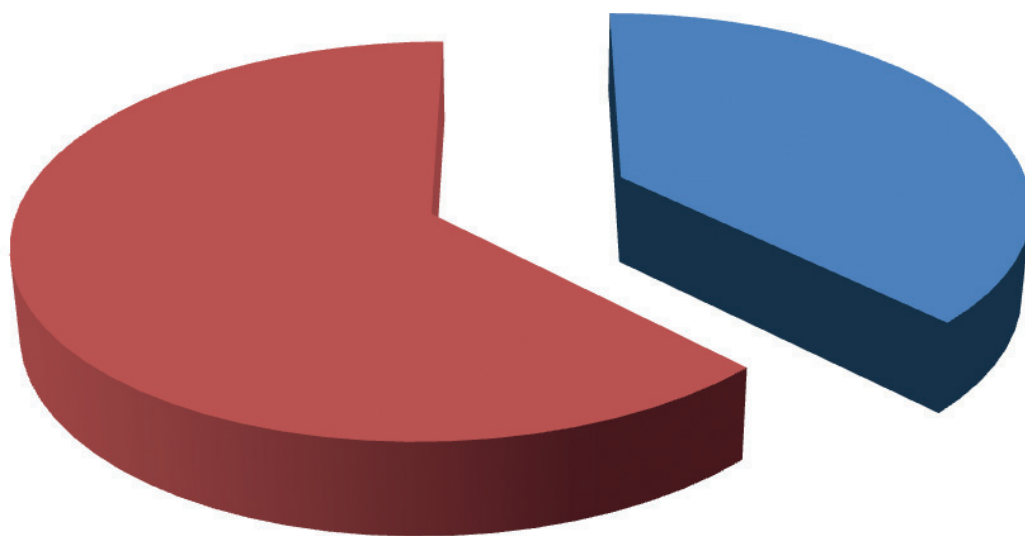
## 2. Ergebnisse der Studie

### 2.1. *Wie verbreitet sind mobile Devices bereits im Vertrieb?*

Die Studie „Mobile Lösungen für Vertriebe und Außendienste“ startete mit einer Bestandsaufnahme, um den Verbreitungsgrad mobiler Endgeräte in den Vertriebsorganisationen deutscher Unternehmen zu erheben. 63 Prozent der Befragten beantworteten die Frage „Nutzen Sie bereits mobile Devices im Vertrieb mit einem „Ja“. Dies lässt darauf schließen, dass der positive Nutzen der Geräte für Vertrieb und Außendienst hinreichend bekannt ist und auch ein Markt für entsprechende Apps zur effizienten Mobilisierung von Vertrieben existiert.

#### **Nutzen Sie bereits mobile Devices im Vertrieb?**

Ja	63 %
Nein	32 %

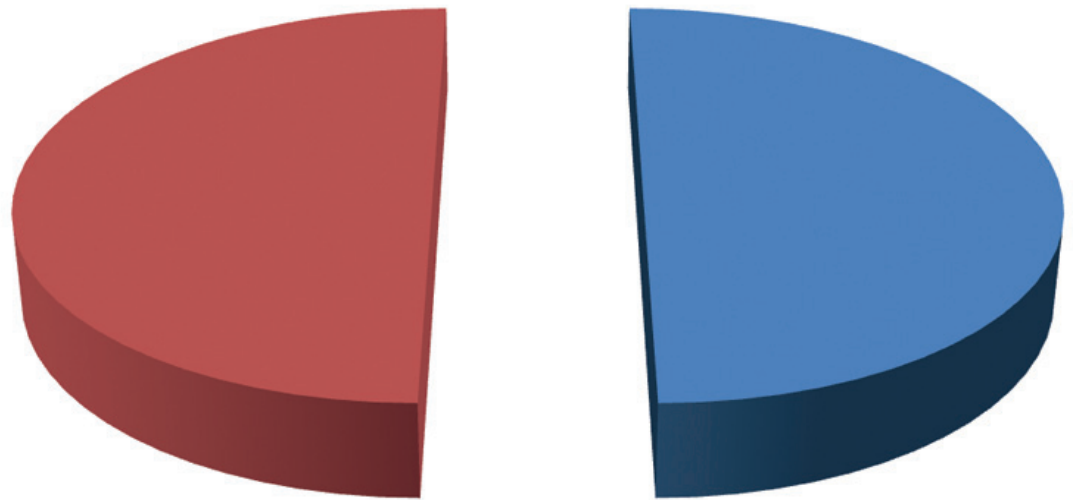


## Mobile Devices im Vertrieb

Auch unter den Befragten, in deren Vertriebsabteilungen noch keine mobilen Devices eingesetzt werden, ist der Einsatz bereits in Planung. So beantwortete die Hälfte aller Befragten die Frage nach dem künftigen Einsatz mobiler Devices im Vertrieb mit „ja“.

**Planen Sie, Smartphones oder Tablets zur Vertriebsunterstützung einzusetzen?**

Ja 50%  
Nein 50%



MOBILE-STUDIE

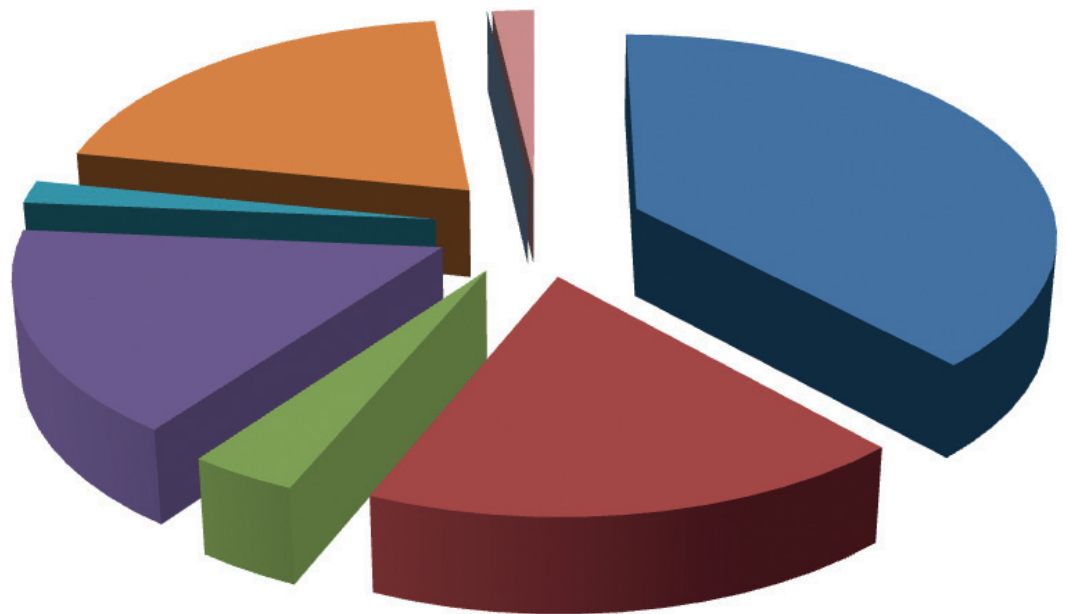
# Mobile Devices im Vertrieb

## 2.2. Welche Plattformen werden genutzt?

Mit 55 Prozent Verbreitung liegen Notebooks im Vertriebs-Einsatz heute noch deutlich in Front. iPad und iPhone holen jedoch bereits auf. Blackberrys liegen auf Platz 4. Android- und Windows-Phones sind dagegen ebenso gering verbreitet, wie PDAs und Tablet-PCs mit Android-Betriebssystem.

### Welche Geräte nutzen Sie bereits?

Laptop / Notebook	55 %
iPad	29 %
iPhone	26 %
Blackberry	24 %
Android-Phone	5 %
Windows-Phone	3 %
PDA	3 %
Android-Tablet	0 %
Sonstiges	3 %



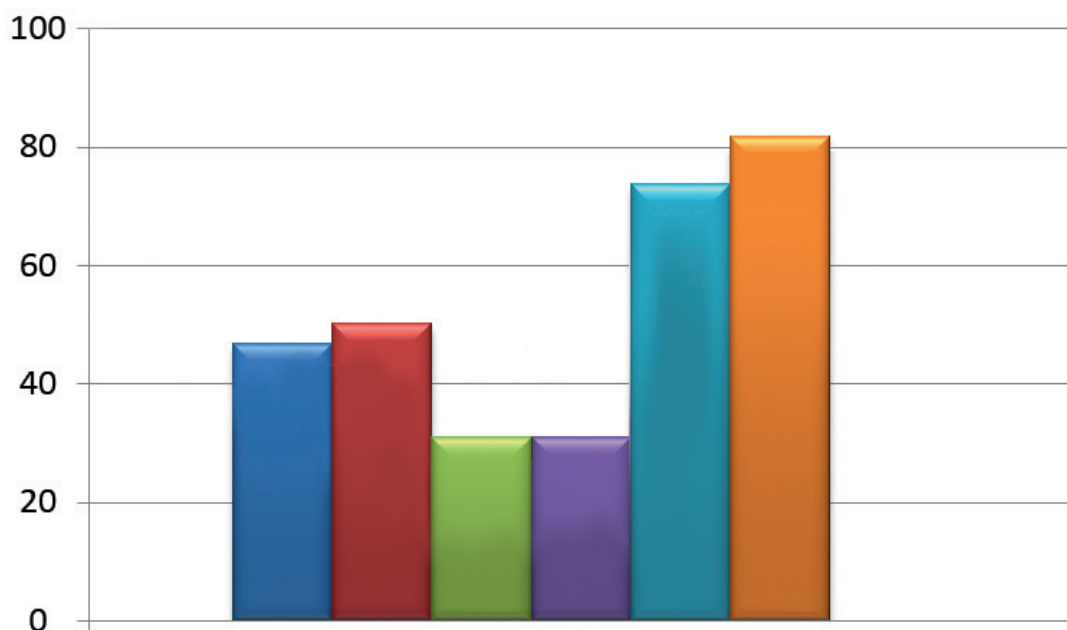
MOBILE-STUDIE

## Mobile Devices im Vertrieb

### 2.3. Welche Lösungen – Software oder Apps – werden auf mobile Devices eingesetzt bzw. mit diesen verknüpft?

Der Einsatz mobiler Devices im Vertrieb setzt gewisse Softwaregegebenheiten voraus. So müssen häufig genutzte IT-Systeme wie z. B. Warenwirtschaftssysteme, Office-Programme oder E-Mail Service auch auf mobilen Endgeräten zur Verfügung stehen. Hierauf hat sich der Markt bereits eingestellt, die Auswahl geeigneter Lösungen von namhaften Softwareherstellern ist entsprechend groß. Eine Übersicht verdeutlicht, auf welche klassischen IT-Systeme die Befragten auf mobilen Geräten nicht verzichten möchten:

Warenwirtschaftssystem	45 %
CRM-System	50 %
Online-Shop	32 %
Produkt-Informations-Management	32 %
Office-Programme	76 %
E-Mail	84 %



## Mobile Devices im Vertrieb

### 2.4 Welche Lösungen zur Vertriebsunterstützung sind besonders gefragt?

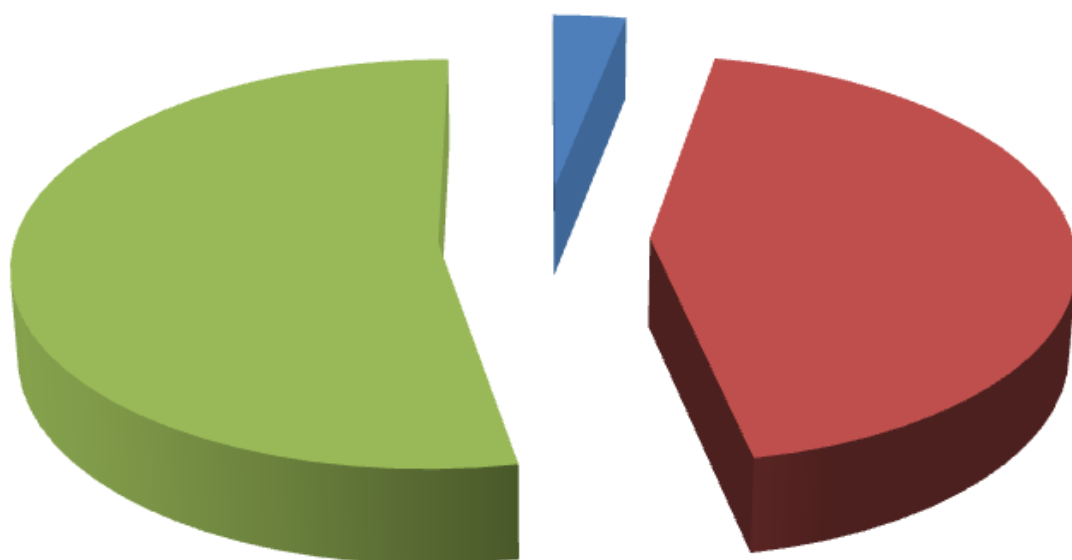
Neben der Verbreitung mobiler Endgeräte in Vertrieb und Außendienst sowie deren Anbindung an bestehende IT-Lösungen wurde im Rahmen der Studie auch erhoben, welche mobilen Lösungen sich die Befragten zur effizienten Vertriebsunterstützung wünschen. Dazu wurden die Studien-Teilnehmer gezielt nach Einzeltätigkeiten befragt, die mithilfe mobiler Devices besonders bequem und effektiv erledigt werden können.

#### 2.4.1. Termine und Kontakte bequem verwalten

Als absolut hilfreich beurteilen 53 Prozent und als wahrscheinlich hilfreich 44 Prozent der Befragten die Möglichkeit, mobile Devices für die „Terminverwaltung“ einzusetzen. Zahlreiche Apps, die dies erleichtern, sind bereits für kleines Geld oder sogar umsonst erhältlich. Sie lassen sich offline nutzen und synchronisieren sich automatisch bei der nächsten Internetverbindung.

#### Für wie hilfreich halten Sie mobile Devices bei der Terminverwaltung?

Wäre nicht hilfreich	3 %
Wäre kaum hilfreich	0 %
Wäre wahrscheinlich hilfreich	44 %
Wäre absolut hilfreich	53 %





## Mobile Devices im Vertrieb

Neben der Terminverwaltung spielt für Außendienstmitarbeiter auch die „Organisation von Kontakten und Kundendaten“ eine sehr wichtige Rolle. CRM Systeme lösen im Vertrieb die wichtigsten Probleme, die bei der Kommunikation mit Kunden entstehen. Bekannte Softwarehersteller dieser Systeme bieten neben den normalen Computerprogrammen inzwischen auch Lösungen für mobile Endgeräte an.

### Für wie hilfreich halten Sie mobile Devices beim Customer Relationship Management?

Wäre nicht hilfreich	3 %
Wäre kaum hilfreich	9 %
Wäre wahrscheinlich hilfreich	44 %
Wäre absolut hilfreich	44 %



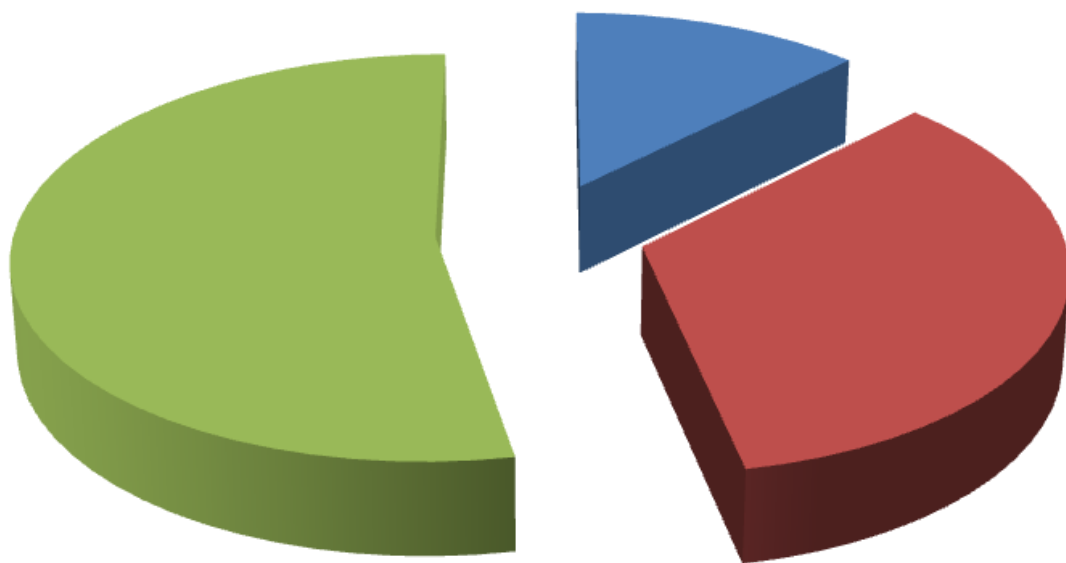
## Mobile Devices im Vertrieb

### 2.4.2. Produkte und Dienstleistungen attraktiv präsentieren

Im Kundengespräch benötigen Außendienstmitarbeiter vor allem sofort abrufbare und insbesondere aktuelle „Produktinformationen“. Ein Großteil der Befragten – insgesamt 87 Prozent – sieht hier in iPad & Co. ein gewinnbringendes Hilfsmittel. Gerade durch die hochauflösenden Bildschirme lassen sich Produkte in Text, Bild oder Video perfekt darstellen und präsentieren.

#### Für wie hilfreich halten Sie mobile Devices bei der attraktiven Präsentation Ihrer Produkte und Dienstleistungen?

Wäre nicht hilfreich	0 %
Wäre kaum hilfreich	13 %
Wäre wahrscheinlich hilfreich	34 %
Wäre absolut hilfreich	53 %



## Mobile Devices im Vertrieb

### 2.4.3 Professionelle Kundenberatung

Tablet-PCs lassen sich wunderbar im Rahmen der Verkaufsberatung einsetzen. Beispielsweise wenn es darum geht, Kunden anschaulich und kompetent neue Technologien zu erklären. Ebenfalls lassen sich Informationen über Preise oder Sonderangebote mit mobilen Endgeräten während eines Beratungsgesprächs ermitteln und zeitgleich präsentieren. Da auch die Kontaktzeit bei Kunden für den Außendienst immer knapper wird, kann mithilfe entsprechender Apps ein reibungsloser Ablauf von Kundengesprächen garantiert werden. So kann kostbare Zeit gewonnen werden, die Vertriebsmitarbeiter effizient zum Dialog mit Kunden nutzen können. Entsprechend positiv ist auch die Meinung der Befragten zum Einsatz mobiler Geräte zur Unterstützung bei der Beratung. 88 Prozent sehen iPad & Co. hier als Hilfe an.

#### Für wie hilfreich halten Sie halten Sie mobile Devices bei der Kundenberatung?

Wäre nicht hilfreich	3 %
Wäre kaum hilfreich	9 %
Wäre wahrscheinlich hilfreich	44 %
Wäre absolut hilfreich	44 %

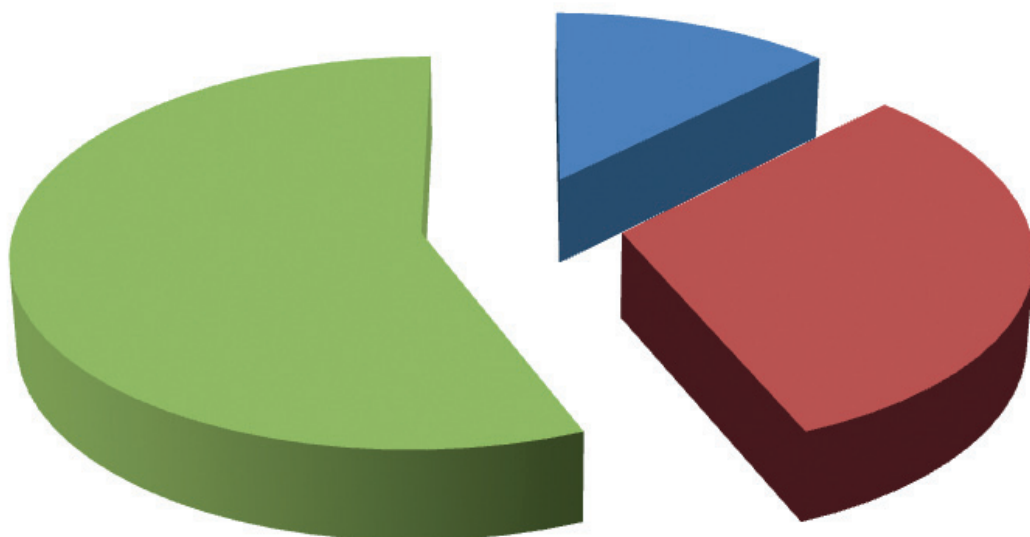


## Mobile Devices im Vertrieb

Voraussetzung für die reibungslose Beratung von Kunden, ist ein Zugang zum Bürorechner bzw. -server. Mitarbeiter im Außendienst über W-LAN oder eine andere Internetverbindung legen daher großen Wert darauf, auf interne Daten zugreifen zu können, um diese auf dem neusten Stand zu halten.

### Für wie hilfreich halten Sie mobile Devices beim Fernzugriff auf Ihre Daten im Büro?

Wäre nicht hilfreich	0 %
Wäre kaum hilfreich	13 %
Wäre wahrscheinlich hilfreich	31 %
Wäre absolut hilfreich	56 %

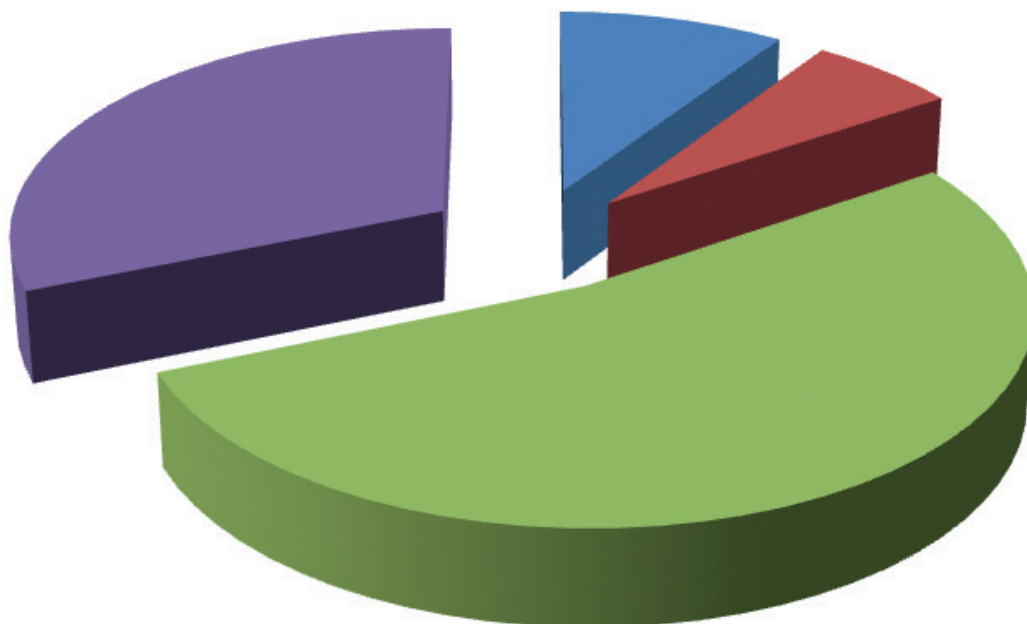


## Mobile Devices im Vertrieb

Relativ einig waren sich die Befragten mit insgesamt 84 Prozent auch darüber, dass es überaus hilfreich wäre, Kundenanfragen über mobile Devices direkt weiterleiten zu können. So können Aufträge direkt von den Innendienstmitarbeitern im Vertrieb aufgenommen und bearbeitet werden.

### Für wie hilfreich halten Sie mobile Devices bei der direkten Übermittlung von Kundenanfragen an den Innendienst?

Wäre nicht hilfreich	10 %
Wäre kaum hilfreich	6 %
Wäre wahrscheinlich hilfreich	53 %
Wäre absolut hilfreich	31 %



## Mobile Devices im Vertrieb

### 2.4.4. Weitere Szenarien zum gewinnbringenden Einsatz mobiler Devices

Neben den im Rahmen der Umfrage erhobenen Einsatzszenarien für mobile Endgeräte existiert eine Vielzahl weiterer Einzeltätigkeiten, bei deren Erledigung Smartphones, Tablet-PC & Co. wertvolle Hilfestellung leisten können. Dies sind:

- Gesprächsvorbereitung
- Konfiguration von Produkten gemeinsam mit dem Kunden
- Verfassen von Besuchsberichten
- Erstellung von Angeboten
- Handling von Bestellungen
- Erstellung oder Versand von Rechnungen
- Abfragen eines Lieferstatus
- Reklamationsmanagement
- Bestellung von Produkten in der Zentrale / beim Hersteller
- Fahrtenoptimierung

# Mobile Devices im Vertrieb

## 3. Fazit und Ausblick

Smartphones und Tablets bieten unzählige Möglichkeiten, die Erledigung unserer täglichen Aufgaben effizienter, komfortabler und überzeugender gestalten. Im privaten Alltag sind sie längst längst zum allgegenwärtigen Begleiter geworden, in Unternehmen befinden sie sich auf dem besten Weg dorthin.

2010 und 2011 haben die ersten Unternehmen ernsthaft damit begonnen, sich mit den neuen Vorteilen dieser Devices zu beschäftigen, beflügelt vor allem durch die neue Geräteklasse „Tablet“, die es mit Einführung des iPads im Frühjahr 2010 zum ersten Mal wirklich überzeugend ermöglichte, fast alle attraktiven Funktionen von aktuellen Smartphones mit den Vorteilen von Notebooks zu verbinden.

Nun, im Jahr 2012, werden wir in den kommenden Monaten erleben, wie vor allem dieses iPad ein immer wichtigeres Werkzeug im Arbeitsumfeld, besonders in der Vertriebsarbeit, wird. Es werden im Laufe der Zeit immer mehr Möglichkeiten entdeckt und genutzt, und gerade die Themen „vernetztes Arbeiten“ (sowohl mit Kollegen und Geschäftspartnern, als auch mit Kunden) und „neue Arten der Aufbereitung von Inhalten“ werden hierbei eine Rolle spielen, wie die Studie gezeigt hat.

Bereits jetzt gibt es zahlreiche, sehr gute Lösungen für die Bedürfnisse von Unternehmen – sei es „von der Stange“, also aus den App Stores und Marketplaces oder als individuelle Entwicklungen, mobile Websites oder Mischformen.

Doch der wirklich wichtige Aspekt ist nicht in erster Linie die Anzahl der verfügbaren Apps, nicht die Frage, ob man (mobile) Websites, Apps oder beides nutzt. Es ist auch nicht der wesentliche Punkt, wie „sexy“ eine mobile Lösung daherkommt oder ob man Freund von Android, Apple, Blackberry, Windows oder etwas ganz anderem ist.

Dies sind zwar gewiss Gedanken, die man nicht vernachlässigen sollte, doch muss die ganz grundsätzliche Frage hinter jedem Schritt, den man in der Mobilisierung geht, lauten: „Wie schaffen wir es, die zahlreichen zusätzlichen Möglichkeiten, die sich heutzutage bieten, so gezielt einzusetzen, dass sie dabei helfen, den Mitarbeiter, das Individuum selbst wieder in den Vordergrund zu stellen?“

Bei allem technisch Machbaren: Der Unterschied zwischen einem guten und einem besseren Mitarbeiter ist nicht in erster Linie sein Arbeitswerkzeug, sondern dessen Kompetenz und persönlichen Stärken. Werkzeuge können ihm nur dabei helfen, möglichst viele dieser individuellen Qualitäten in seine Arbeit einfließen zu lassen.

Es geht also darum, aus all den spannenden, neuen Ansätzen diejenigen herauszufinden und nutzbar zu machen, die die Stärken Ihrer Mitarbeiter, Ihrer Produkte und Dienstleistungen und Ihres Unternehmens als Ganzes hervorheben.

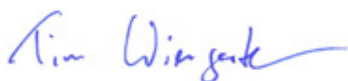
## Mobile Devices im Vertrieb

Ein weiterer, wesentlicher Aspekt ist die Bereitschaft und Fähigkeit von Mitarbeitern, mit den neuen Arbeitsinstrumenten umzugehen. Mobilisierung bedeutet in dem Zusammenhang auch, gewohnte Arbeitsweisen teilweise durch neue Arbeitsweisen zu ersetzen, und nicht jeder Mitarbeiter fühlt sich dabei wohl.

Es ist wichtig, das zu verstehen und dem Problem mit Respekt zu begegnen. Dass sich ein solcher Prozess auf kurz oder lang nicht aufhalten lässt, steht für mich außer Frage, doch sollte er nicht „mit der Brechstange“ herbeigeführt, sondern sachte, aber bestimmt vollzogen werden.

Wir wünschen Ihnen viel Erfolg auf Ihrem Weg in eine mobilere Unternehmenszukunft und hoffen, mit dieser Studie ein paar Fragen für den Moment geklärt haben zu können.

Die besten Wünsche,



Tim Wiengarten  
Frankfurt am Main, im Frühjahr 2012

Übrigens: Wir bei rabbit mobile möchten Ihnen und Ihren Mitarbeitern dabei helfen, Ihr Optimum bei der Mobilisierung Ihrer Vertriebsleute zu finden. Wir möchten Ihr Berater, Begleiter und Anbieter sein auf diesem spannenden, neuen Weg, der unendlich viele, Erfolg versprechende Möglichkeiten bietet. Wir unterstützen Sie mit den passenden Ideen und Lösungen für mobile Devices, um die Arbeit, die Sie und Ihre Kollegen jeden Tag tun, um Effizienz, Einfachheit, Erfolg und letztlich eine gute Portion Spaß zu bereichern.

**Sprechen Sie uns einfach an!**



**Tim Wiengarten**  
Unit-Leiter Mobile Marketing  
fon: +49 69 - 86 00 428-00  
fax: +49 69 - 86 00 428-09  
info@rabbit-emarketing.de

